



A ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO NO EXTREMO OESTE CATARINENSE: REFLEXÕES A PARTIR DA CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS¹

Adinor José Capellesso²

Alana Rafaela Lizott³

Alice Lorenzon Brixner³

Celina Antunes de Mello³

Resumo

A Cesta de bens e serviços territoriais (CBST) representa um enfoque teórico-metodológico para refletir sobre estratégias de desenvolvimento alternativas diante da crise dos sistemas agrícolas de caráter intensivo. Ao renovar o olhar econômico via articulação de recursos mercantis e não-mercantis que podem ser mobilizados conjuntamente pelos atores, este estudo objetivou inventariar os empreendimentos turísticos e identificar possibilidades de sua inserção em uma CBST no Extremo Oeste Catarinense. Esta pesquisa enfocou empreendimentos de turismo que ocorrem no ambiente rural: turismo rural, agroturismo e ecoturismo. O levantamento de dados por entrevistas semiestruturadas buscou contemplar todos os empreendimentos turísticos de três municípios estudados e alguns representantes do poder público. O estudo demonstra que o turismo vem ampliando e diversificando a oferta nos anos recentes, com inclusão de novos serviços e atores. A organização de associações contribui para a estruturação de roteiros, sendo que essa oferta conjunta favorece a divulgação e a estruturação dos empreendimentos. Contudo, os atores destacam a necessidade de aprimorar a gestão dos conflitos e a dificuldade para conduzir as ações em nome da associação, visto que seu tempo é absorvido na à estruturação da oferta do serviço no empreendimento. Nessa dimensão, destacam que a governança tende a avançar mais quando há apoio do poder público, com atores públicos auxiliando nessa estruturação. Em que pese ampliação da oferta nos anos recentes, verifica-se uma diversidade de recursos não explorados ou em fase inicial de ativação, os quais tem potencial de melhorar a oferta futura, em confluência com as expectativas dos entrevistados.

Palavras-chave: recursos, atores, articulação, produtos, rural.

¹ Este projeto foi desenvolvido com apoio financeiro da FAPESC e do IFSC.

² Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – Câmpus São Miguel do Oeste (IFSC-SMO). E-mail: adinor.capellesso@ifsc.edu.br

³ Egressa do curso Técnico de nível médio em agropecuária pelo IFSC-SMO.



1. Apresentação

A região da Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina (Ameosc) caracteriza-se por apresentar a maior parte dos agricultores inseridos em cadeias baseadas em dinâmicas globalizadas, a exemplo da suinocultura, avicultura e bovinocultura de leite. Contudo, a incompatibilidade das dinâmicas dessas cadeias com os recursos controlados pelos agricultores faz com que muitos deixem de contar com essas alternativas econômicas (CAPELLESSO; CAZELLA, 2015). Em reação, tanto atores públicos como representantes dos agricultores buscam promover novas dinâmicas econômicas, as quais possam gerar oportunidades de inserção digna às famílias. Entre essas pode-se apontar a existência de estabelecimentos rurais familiares que diferenciam seu sistema de produção, realizam a agroindustrialização e/ou se dedicam a prestar serviços de lazer e turismo, os quais estabelecem sinergia com empreendimentos urbanos e demais iniciativas existentes no território (TECHIO et al., 2021; LAUERMAN et al., 2022; CAPELLESSO et al., 2022).

O referencial teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) propõe identificar sinergias entre produtos e serviços diferenciados articulados em territórios construídos pelos atores (CAMPAGNE; PECQUEUR, 2014). Seguindo esse referencial, este estudo objetiva: inventariar os empreendimentos turísticos e identificar possibilidades de sua inserção em uma CBST na região da Ameosc (Figura 1). A delimitação geográfica inicial se deve à existência de ações dos atores públicos, a exemplo do colegiado de turismo da Ameosc, articulador chave dentro do poder público para o setor.

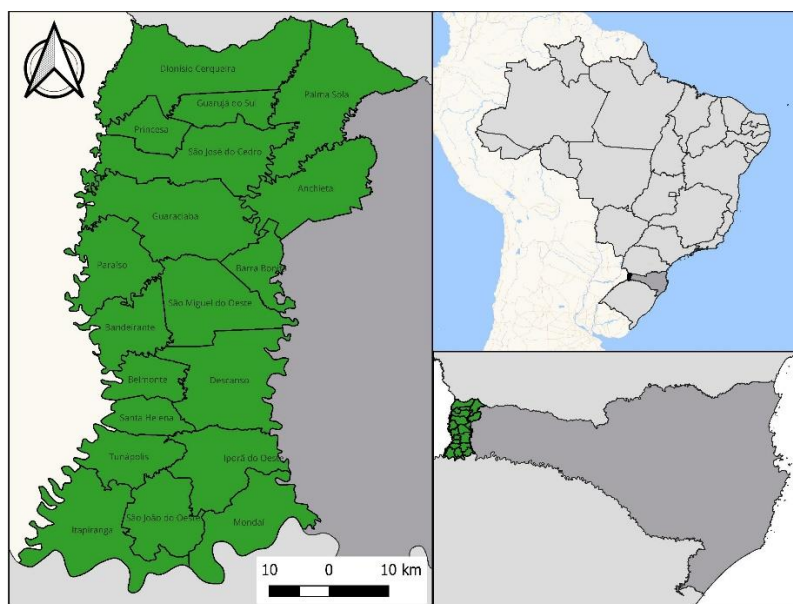


Figura 1 – Região da Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina (Ameosc).

Fonte: Elaboração própria.



Inicialmente buscou-se mapear os empreendimentos turísticos e identificar quais os atributos são mobilizados como estratégias de valorização dos serviços de turismo. O levantamento de dados partiu de fontes secundárias, como os roteiros turísticos e um estudo conduzido em 2017 pela Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri). Esses dados foram atualizados em 2022, via contato com atores chaves do território, a exemplo do representante do colegiado, das associações de turismo e do poder público de cada município.

O levantamento de dados primários se deu nos municípios de Guaraciaba, São José do Cedro e São Miguel do Oeste, escolhidos para iniciar a pesquisa em virtude da maior familiaridade dos pesquisadores. Foram aplicados quatorze questionários junto a representantes dos empreendimentos de turismo que aceitaram responder às questões de pesquisa nos três municípios. A isso se soma o diálogo informal e entrevistas com representantes do setor de turismo e do poder público a ele vinculado, com vistas a identificar como os demais atores contribuem para a construção de uma governança territorial nas associações ou na Instância de Governança Regional do Turismo (IGR). O questionário mobilizado nesta pesquisa consistiu em uma adaptação ao turismo de um instrumento que busca captar o possível efeito CBST, já aplicado junto às agroindústrias familiares na região. Os questionários foram aplicados com uso de planilhas do *google forms*, sendo gravados, seguindo-se a análise uni variada e multivariada. Esses dados foram triangulados entre atores e com fontes secundárias.

Para a organização deste artigo, o primeiro tópico busca sintetizar o referencial teórico-metodológico da CBST. Esse foi mobilizado para construção do instrumento de coleta e análise dos dados levantados na região turística Caminhos da Fronteira, que foram separados em duas partes. Na primeira, busca-se apresentar as origens dos empreendimentos e a transformação que vem ocorrendo com o processo de estruturação do setor turístico no ambiente rural: turismo rural, agroturismo e ecoturismo (GUZZATI et al., 2019). A segunda parte busca apresentar elementos relativos ao funcionamento, como características de como essa oferta é realizada e alguns potenciais de conexão a serem explorados para alcançar o efeito cesta. Por fim, apresentam-se as considerações finais destacando a pertinência desse referencial para pensar o setor.

2. O referencial teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais

A globalização internacionalizou a dimensão concorrencial e acelerou as dinâmicas de inovação, em um contexto que diferentes atores, regiões e países mobilizam e ofertam seus



produtos e serviços. Como parte dessa dinâmica, as cadeias estruturadas com base na grande escala, produção intensiva e padronizada, típica das *commodities*, vem aumentando sua participação no sistema alimentar global. Esses produtos são pouco diferenciados, o que leva a concorrência ocorrer mais por meio dos preços do que pela distinção de qualidade dos produtos. Para viabilizar seus empreendimentos, os produtores investem em tecnologias, as quais possam propiciar a diminuição de custos via aumento de escala e da produtividade (REIS, 2007; CAPELLESO, CAZELLA, 2015).

O processo concorrencial global tende a resultar em exclusão de alguns atores ou marginalizar regiões e países que, por diversos motivos, não conseguem ser eficientes para acompanhar a escala produtiva nas cadeias em que atuam. Na produção agropecuária, quando os fatores ambientais não são muito favoráveis aos cultivos/criações, é comum que a região perca capacidade competitiva. Esse desafio é ainda maior diante da diversidade da agricultura familiar, o que tende a excluir agricultores que não possuem elevado poder de compra para tecnificar sua produção ou que apresentam limites de área para aumentar a escala. No desafio de encontrar alternativas, diversos estudos mostram possibilidades dos atores se organizarem para construir estratégias heterogêneas, baseadas em sistemas organizativos inovadores e produtos diferenciados (PECQUEUR, 2001; PERRON, JANIN, 2014; CHAMPAGNE, PECQUEUR, 2014; CAZELLA et al., 2020).

Ao pensar o desenvolvimento, a adjetivação territorial representa uma ruptura com a passividade e o determinismo da especialização produtiva globalizante. Nessa última, a inserção das regiões na divisão internacional do trabalho assumiria um caráter funcional, com seu papel definido a partir de suas vantagens comparativas (ex. recursos naturais). O caráter passivo e o determinismo estão na impossibilidade de a sociedade escolher sua trajetória, devendo focar em ser eficiente no uso dos recursos que atendem tal demanda global. Por sua vez, o territorial remete a um processo proativo de articulação dos atores sociais com vistas a criar iniciativas heterogêneas, que mobilizam conhecimentos, mecanismos de aprendizagem e complementaridades como fontes essenciais das trajetórias socioeconômicas e/ou tecnológicas. Essas iniciativas seriam capazes de alterar e estruturar sistemas sociais particulares, gerando oportunidades que podem contribuir para a expansão das liberdades/capacidades das pessoas, transformando os territórios pela ação social (SEN, 1993; REIS, 2007).

Na literatura, o conceito de território pode assumir duas conotações. Na primeira, enquanto território dado, esse tem a dimensão da geografia física expressa pelos limites espaciais das diferentes esferas administrativas (ex. distrito, município, região). Essa acepção



tende a expressar identidades e relações sociais históricas estabelecidas no momento da constituição sociopolítica. Uma vez institucionalizada, essa pode ser assumida como recorte inicial para as análises do desenvolvimento, especialmente, para observar as ações do poder público. Contudo, a segunda concepção busca avançar na direção da dinâmica de construção social dos territórios, no sentido das relações construídas pelos atores, as quais não respeita fronteiras e alteram-se no tempo. Ao focar relações, nessa dimensão ganha relevo os acúmulos herdados, decorrentes de alianças e disputas, as quais perpassam o período que resultou na definição dos territórios como limites administrativos (COLLETIS; PECQUEUR, 2005). Dada as interações entre os atores sociais e o ambiente natural, a configuração espacial se encontra em constante mudança. Além disso, sobre um mesmo território físico podem se estabelecer diferentes territórios de relações.

O estudo de experiências exitosas, que fogem à dinâmica concorrencial das *commodities*, permitiu identificar estratégias estruturadas pelos atores, mobilizando diferentes tipos de recursos dos territórios. Essas iniciativas partem de um conjunto/sintonia de interações de maneira coordenada para que sejam oferecidos produtos e serviços de forma heterogênea. Sua ação geralmente focaliza atributos que permitam agregar valor aos produtos e serviços por meio de sua diferenciação, convertidos em qualidades apreciadas pelos consumidores. Estes produtos e serviços passam a representar o e ser representados pelo território, o que cria uma identidade que pode ser mobilizada para estruturar projetos de desenvolvimento. Nessa direção, os atores dos territórios passam a buscar recursos ainda não descobertos ou não aproveitados. Quando várias iniciativas passam a se articular, podemos ainda ter sinergias entre elas, como observado pelas Cestas de Bens e Serviços Territoriais (PECQUEUR, 2001).

O enfoque da CBST, desenvolvido por Pecqueur (2001) e Mollard (2001), busca renovar o olhar econômico ao articular um conjunto de recursos mercantis e não-mercantis que, inicialmente, não possuíam grande relação entre si, mas posteriormente passam a se valorizar mutuamente no território. Sua origem está na análise de experiências de territórios desfavorecidos, nos quais a ação dos atores conseguiu construir relações que permitiram criar oportunidades às pessoas e valorizá-los. Embora geralmente parta de um produto ou serviço inicial, sua ênfase está na busca de sinergias com os demais, articulando turismo, cultura, agricultura, indústrias e ambiente. Ao evidenciar a possibilidade de construir sinergias entre atores e recursos/ativos, esse enfoque permite refletir sobre estratégias de desenvolvimento alternativas diante da crise dos sistemas agrícolas de caráter intensivo (HIRCZAK et al., 2008a).



A imagem construída pela articulação desses produtos e serviços, com ação proativa dos atores, permite gerar o chamado efeito cesta, ao tornar sua produção intrínseca ao território. Nesse processo sinérgico, a renda se sobressai ao que seria obtido a partir da venda de produtos e serviços desconectados. Essa diferença é denominada renda de qualidade territorial, sendo acessada pelos atores envolvidos na produção e no turismo local (HIRCZAK et al., 2008b). Entre as conformações, as atividades construídas com base territorial podem passar a representar a forma exclusiva de inserção econômica da região, ou uma forma complementar às cadeias globais, agregando atores deixados de lado. Para que se alcance o efeito cesta deve-se identificar e articular produtos e serviços com especificidades que os diferenciam, para os quais são criadas ações sociais que os articulem de forma sinérgica. Esses recursos territoriais devem contar com elementos que os diferenciam de seus concorrentes, convertendo essa percepção e existência discriminativa em um diferencial comercial (COLLETIS; PECQUEUR, 2005).

Para o desenvolvimento de uma CBST, os atores devem assumir a tarefa de realizar a identificação, construção e consolidação dos principais elementos. Para tal é necessário complementação/concordância entre as características dos produtos e serviços com a imagem territorial, de maneira que ocorra o acréscimo qualitativo. A relação entre os atores exige confiança e credibilidade, que pode mobilizar relações e reconhecimentos prévios dos produtos/serviços de qualidade. Além disso, esses devem ser hábeis em mobilizar o cenário no qual o produto é vinculado. O foco é dar destaque à tradição da localidade, ao saber fazer, seus marcos históricos, aos patrimônios que são abrigados e sua paisagem. Aqui ganha espaço a sustentabilidade ambiental, que dá base física para o desenvolvimento de um produto/serviço relacionado à CBST (PERRON, JANIN, 2014).

3. Mapeamento e estruturação dos serviços turísticos na região

O turismo pode ser conceituado como um deslocamento realizado por tempo determinado em busca de aspectos que não são vivenciados no dia a dia dos indivíduos, sendo realizado com diferentes finalidades. Seus três componentes estruturais básicos são: o físico, relacionado ao espaço onde ocorre; o tempo, que é consumido pela própria viagem e estada; e o indivíduo, que é o autor/usuário do ato turístico (WAHAB, 1991). Já o mercado turístico é formado por: a) atrativos turísticos: lugar, objeto ou acontecimento responsável pelo deslocamento humano para conhecê-los, algo como a “matéria-prima” da atividade; b) equipamentos e serviços turísticos: complexo de instalações e serviços que se dedicam a facilitar os serviços básicos de atendimento aos turistas, como: hospedagem, alimentação,



entretenimento e informações; c) infraestrutura de apoio turístico: bens e serviços que sustentam as estruturas sociais produtivas, a exemplo dos transportes, sistema de comunicação, saneamento, água, energia e segurança (OLIVEIRA, 2001). Nessa perspectiva, nota-se que o mercado turístico mobiliza diversos recursos e se articula com diferentes setores, apresentando um grande potencial dinamizador de bens e serviços. Por articular uma série de elementos, mesmo existindo fatores em comum, cada produto turístico pode apresentar diferenciais em relação aos demais (IGNARRA, 1999).

Os dados levantados junto aos responsáveis pela oferta dos serviços turísticos e atores chaves no Extremo Oeste Catarinense permitem evidenciar um processo de ativação de diversos recursos (atrativos) que oferecem base para a oferta de serviços. Os equipamentos privados mais antigos são os “camping”. Esses empreendimentos começaram ofertando espaços de lazer junto à natureza para pessoas oriundas, geralmente, de espaços urbanos. O acesso aos rios para banhos e pescaria, ou a tanques com pesque-pague, associados a uma churrasqueira à sombra constituíram atrativos base da oferta inicial. À medida que o fluxo de pessoas aumentou, alguns proprietários vislumbraram possibilidades de obter renda via ativação de outros atrativos. Gradativamente foram estruturando quiosques para passar o dia (local coberto), trilhas na mata, outros aspectos da paisagem natural, locais para esportes (futebol, vôlei), jogos (sinuca, bocha, 48 etc.) e locais para acampar e pernoitar. De forma mais pontual, alguns mantêm pesque-pague e pesca esportiva, mobilizam aspectos históricos (ex. usina hidroelétrica antiga, moinho de pedra) e realizam festas com pratos típicos (ex. costelão, galinhada).

Nos anos recentes, o acesso aos rios tem sido desestimulado pelos proprietários, principalmente, devido às restrições impostas pela legislação ambiental e pelo corpo de bombeiros. Em substituição, alguns equipamentos têm construído piscinas, que passam a constituir importante fonte de renda (venda de pulseiras de acesso) e são preferidos pelos turistas. A demanda por cabanas para pernoitar aparece como um importante investimento nos últimos anos, sendo apontado como de grande procura e importante fonte de ingressos, sendo ofertado na maior parte dos equipamentos entrevistados. Partindo de atrativos pontuais, os equipamentos foram estruturando diferentes serviços, enriquecendo as iniciativas segundo as sugestões e demandas dos usuários.

Quanto ao período de funcionamento dos campings, a concentração de acessos é maior nos meses de verão, com raros casos de atendimento o ano todo. Os entrevistados apontam que os usuários procuram por serviços de sombra e contato com a natureza, com foco em momentos de lazer, com maior frequência nos finais de semana, feriados e férias.



Entre os acessos destacam as excursões de grupos de idosos e de escolas, especialmente, em atividades relacionadas à finalização do ano escolar. No período de férias, os principais frequentadores são famílias, que buscam um local para lazer com as crianças. Para manter o caráter de atendimento familiar, os proprietários destacam evitar/proibir o som alto e atividades consideradas não compatíveis com a presença de crianças.

A venda de bebidas e alimentos constitui-se fonte de renda, mas essa ocorre de forma diferenciada entre os empreendimentos. Embora alguns ofertem refeições (ex. almoço via reserva), na maioria deles os usuários podem prepará-las com o que trazem de casa, sendo vedada a entrada com bebidas. A principal forma de oferta de alimentos são os pratos preparados sob pedido para lanches, geralmente, com produtos pré-prontos. Nesse aspecto, cada empreendimento ajusta sua oferta, especialmente, de acordo com a disponibilidade de mão de obra. Isso porque a demanda tende a ser concentrada em alguns dias e horários específicos, em curtos espaços de tempo. Como a disponibilidade de alimentos é um elemento importante para a estruturação da oferta, quando não há produção própria, esses estabelecem parcerias com fornecedores dos municípios e região (ex. pizzarias, padarias, frigorífico de pescado). Contudo, nos campings há pouca presença de produtos das agroindústrias familiares. A exceção ocorre em um deles, que conta com uma agroindústria própria, na qual atuam outros integrantes da família.

No caso das iniciativas mais antigas, os empreendimentos atuam de forma individual. Em paralelo, dois campings vêm atuando de forma articulada ao roteiro e com a associação de turismo. Um refere-se a um equipamento antigo, mas assumida por novos integrantes da família. Em outro, criado mais recentemente, a existência de uma agroindústria de panificados o levou a atender o roteiro com café e uma trilha. Uma vez que passaram a atender ao público, os usuários apresentaram novas demandas, o que os estimulou a estruturar o camping. Observa-se assim o efeito sinérgico apontado pelo referencial teórico metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, quando a ação coletiva resulta em suporte a novos empreendimentos e interações com outras atividades conduzidas no território (PECQUEUR, 2001).

O levantamento de dados evidencia que essa diversificação na oferta, com foco distinto dos campings, ocorre de forma mais expressiva a partir de 2019. Entre os novos serviços turísticos no espaço rural estão trilhas na mata, exposição de animais nativos e exóticos, eventos em datas comemorativas (caça aos ovos de Páscoa, acampamento de dia dos pais), local para piquenique, passeio de trator, visita ao local de produção de alimentos etc.. Além de se diferenciar, o objetivo dessa diversificação é gerar ofertas de forma mais



distribuída ao longo do ano, otimizando a força de trabalho e os ingressos. A base das novas iniciativas mobiliza diversos recursos naturais, do saber fazer e da cultura local, sendo que a atuação coletiva tem papel central para dar força aos empreendimentos. Merece destaque a ação conduzida por atores públicos e pelas associações de turismo, tanto na demanda de apoio externo quanto na oferta articulada de serviços via roteiros. Tal condição mostra que a dimensão associativa da governança é central para os efeitos sinérgicos que podem passar a viabilizar empreendimentos que não teriam resultado satisfatório em um contexto isolado (MOLLARD, 2001; CAMPAGNE & PECQUEUR, 2014).

Embora existam outros serviços com mais de duas décadas a valorizar recursos naturais, a exemplo do canionismo, rapel, esportes de aventura e treinamentos vivenciais ao ar livre, essas mantiveram atuação isolada e com acessos reduzidos. Ao apontar a necessidade de um estudo mais detalhado das potencialidades turísticas regionais, Pereira e Zimmermann (2016) classificavam o ecoturismo como atividade mais promissora na região, dada a existência de muitas belezas naturais a serem mais bem ativadas. A presente análise evidencia os rios, represas, cachoeiras, cânions, lagoas, matas, vales e demais paisagens naturais em meio a um mosaico de propriedades rurais familiares. Esses recursos naturais estão situados em áreas particulares ou públicas, sendo que os atores (proprietários ou lindeiros) nem sempre estão dispostos a os ativar via oferta de serviços.

Nessa direção, foram encontrados recursos em processo de ativação em fase inicial e pouco conhecidos pela população regional. A decisão por se tornar ou não um ofertante de serviços é afetado pelo receio/indisposição dos proprietários quanto a segurança dos usuários (ex. acidentes), dificuldades de acesso ao local, expectativa de demanda e pelo custo de oportunidade em relação aos recursos escassos, com destaque para a mão de obra. O potencial de ativação é comparado com as possibilidades de retorno em outras oportunidades das quais atuam (agricultura; outros trabalhos), bem como o possível impacto da oferta sobre a dinâmica de vida da família (ex. visitas constantes, seus impactos sobre a privacidade e tranquilidade). De forma não menos importante, pesa nessa decisão a demanda de investimentos e o efeito coletivo dos estímulos de outros atores que atuam no setor (associações) e do suporte de atores do poder público. Vislumbrando esse potencial, verificam-se a oferta de serviços assumida por parceiros, no qual o proprietário permite a exploração por terceiros, sem custos ou com algum critério de divisão de resultados econômicos. Destaca-se que essas iniciativas contam com um fluxo ainda pequeno de acessos nos municípios estudados, o que indica que a oferta está em construção.



Assim como nos campings, as novas iniciativas tendem a partir da ativação de um recurso pontual e vão ampliando os serviços ofertados segundo os interesses dos usuários. Como exemplo dessa estruturação gradativa de uma oferta mais organizada, um colhe-pague destinado a viabilizar as vendas de uma nova espécie frutífera exótica foi se convertendo em um ponto de visitação e valorização da natureza, passando a agregar trilhas na mata, degustação e uma tirolesa. A curiosidade em torno da técnica de bioconstrução passou a ocasionar visitas recorrentes e imprevistas, exigindo de seus proprietários a decisão sobre a oferta ou não do serviço. A estruturação de um sítio, para a família desfrutar do descanso e contato com a natureza, resultou em estímulos para passar a alugar para o público externo. A oferta do café em um roteiro, associado a uma pequena trilha e visita a cachoeira, criou oportunidade e demanda por um novo camping.

Na mesma direção, um artesão que já possuía a produção estruturada foi desafiado a trabalhar com o turismo a partir do seu ingresso em um roteiro. Embora o empreendimento tenha “aceito” participar, acreditava inicialmente que a oferta desse serviço poderia atrapalhar a produção. Contudo, a participação no roteiro fortaleceu o negócio, principalmente, viabilizando o contato com o público que compra os produtos e constituindo um importante mecanismo de propaganda, considerado mais eficiente que a própria publicidade paga. Um dos diferenciais desse artesanato é o caráter legal da matéria prima utilizada em sua fabricação, uma vez que adquire as madeiras apreendidas pela polícia militar ambiental, o que traz um forte apelo de sustentabilidade. Em que pese o destaque para esse artesão e outras expressões das artes identificadas nos empreendimentos (alguns objetos para lembrança, bordados, pinturas e outras obras de arte dispostas nos locais), os entrevistados relatam que seria interessante ampliar a oferta de artesanato com vistas a reforçar as lembranças das experiências vivenciadas.

Assim como observado nos campings, a análise permite afirmar que a construção da oferta exige o reconhecimento e valorização de um recurso pelos atores externos. Na maioria das vezes, o ofertante não vislumbrava ou não tinha pretensão inicial de atuar na oferta de serviços. Com raras exceções, não são atores que saem à procura de recursos para estruturar a oferta, mas processos de (re)descobertas de recursos por atores que são desafiados a atuar nos serviços. Tal elemento demonstra a importância de diversificar as formas de olhar o desenvolvimento, enriquecendo com novas abordagens, em que os processos associativos e apoio do poder público podem desempenhar papel chave. Em síntese, a análise demonstra que a inovação é coletiva e que a construção desse mercado é um processo social, em que ofertantes e demandantes contribuem para explicar as estratégias de ativação dos recursos.



À medida que os empreendimentos começam a se articular entre si, com destaque para as associações de turismo e sua relação com o poder público, novos recursos vão sendo identificados e ativados (Quadro 1). Entre esses destaca-se a agregação de recursos coletivos e sociais, a exemplo da visita ao maior museu rural da América Latina, de uma tradição religiosa associada a uma comunidade e de grupos de dança ligados a duas etnias (alemã e italiana). Essas iniciativas foram mobilizadas para enriquecer roteiros turísticos, diversificando e ampliando as possibilidades de procura. Seu funcionamento conta com apoio de prefeituras e/ou de comunidades, que viabilizam auxílios e organizam o trabalho voluntário dos atores. Assim, a articulação dos equipamentos turísticos permite dinamizar bens e serviços que poderiam estar perdendo expressão, o que confere potencial para o efeito cesta (IGNARRA, 1999; PECQUEUR, 2001). Contudo, a articulação dos elementos socioculturais (ex. festas) nem sempre ocorre nos municípios, existindo exemplos que representam recursos a serem mais bem explorados pelos atores, inclusive para a criação de uma imagem e marca do território.

QUADRO 1 – Síntese de palavras-chave referentes aos serviços já ofertados nos empreendimentos entrevistados nos três municípios (Guaraciaba; São Miguel do Oeste; São José do Cedro):

Natureza; Trilha na mata; Trilha noturna; Pesque-pague; Pesca esportiva; Canoagem; Sombra; Gramado; Quiosques; Churrasqueiras; Piscinas; Acampamento; Rios; Cachoeiras; Rapel; Canoagem; Cânions e canionismo; Cursos; Treinamento vivencial ao ar livre; Visitação; Espaços de festas; Cabanas; Suculentas e cactáceas; Futebol; Vôlei; Bocha; 48; Sinuca; Ping-Pong; Pebolim; Jogos de mesa; Brinquedos infantis; Caça aos ovos; Visita ao museu; Romaria; Observação de astros; Café (colonial); Almoços; Churrasco; Costelão; Galinhada; Lanches; Bebidas; Peixe; Petiscos; Degustação; Alimentos de agroindústrias; Visita ao local produtivo; Colhe-pague; Artesanato; Bioconstrução; Agroflorestas; Abelhas sem ferrão; Educação ambiental; Danças típicas; Animais exóticos; Animais nativos; Animais de produção.

A articulação sinérgica dos serviços de turismo com os produtos da agricultura familiar também apresenta diferentes graus de efetividade. Nos três municípios pesquisados, os atores do poder público e alguns empreendimentos privados procuram formas de articular a oferta de alimentos das agroindústrias familiares. Isso fica evidente na organização dos roteiros turísticos, em que as visitas às agroindústrias e o uso de alimentos por elas produzidos constituem um elemento de diversificação da oferta nos três municípios. Quando presentes em maior frequência, a produção de alimentos diferenciados e a oferta estruturada



de serviços alcançam a atuação sinérgica destacada no efeito cesta. Contudo, persistem ofertantes de serviços turísticos que atuam de forma isolada não as mobilizam (ex. campings), o que representa um elemento para reflexão quanto a novas possibilidades.

No que se refere aos potenciais de articulação dos empreendimentos entre si, os entrevistados destacam a necessidade de pessoas dedicadas a encaminhar as decisões das organizações coletivas com vistas a orientar a oferta de forma estruturada. Contudo, esse sistema de governança territorial necessita de mecanismos para gerir os conflitos. Como relatado em um município, no passado, uma associação de turismo se orientou pelos interesses individuais. O conflito em torno da visão do futuro do turismo entre a direção e os demais sócios acabou por desestruturar a organização. Para superar tal percalço (afastar tal ator), a associação teve de ser temporariamente desativada, sendo recriada mais tarde com ações orientadas pelas decisões do grupo. Essa aprendizagem na gestão dos conflitos permitiu uma melhor organização posterior, mas não exclui novas falhas. Como exemplo de fragilidade do setor, Pereira e Zimmermann (2016) apontavam as práticas político partidárias que limitavam a construção de um projeto partilhado entre os entes de governo. Nessa direção, observou-se desigualdades no número de empreendimentos e no grau associativo dos atores entre os municípios. Em que pese a atuação do colegiado de turismo da Ameosc e da IGR, essas desigualdades persistem e dificultam a estruturação de uma oferta mais regionalizada. Mesmo quando bem articulados no município, registra-se dificuldades para se aproximar de empreendimentos externos à municipalidade, o que indica que os limites geográficos (território dado) acabam por afetar os territórios de relações construídos pelos atores (COLLETIS; PECQUEUR, 2005).

4. Elementos do funcionamento recente dos empreendimentos turísticos

O turismo foi um dos setores mais impactados pelas regras de distanciamento social relativas ao combate à Pandemia do Covid-19. Em ao menos um período, quando das medidas mais restritivas implantadas na segunda quinzena de março de 2020 (MARTINS, GUIMARÃES, 2022), praticamente todos os empreendimentos entrevistados cessaram completamente a oferta. Com a redução do distanciamento, esse foi seguido por uma fase de retomada lenta das atividades, com poucos acessos e variações temporais entre os empreendimentos. Em alguns casos, quando da redução das medidas de distanciamento social, ocorreu aumento da procura por locais mais isolados, que oferecessem momentos de lazer com a família, contato com a natureza, novas experiências e descanso fora da zona urbana. Um exemplo, foi a ampliação da demanda por cabanas e atividades ao ar livre. Nesse



sentido, ao menos durante um período, houve aumento de procura por determinados serviços locais, mas a oscilação típica da demanda no setor (épocas) e a falta de um acompanhamento comparativo em termos temporais limita uma análise mais segura sobre a continuidade desse comportamento.

Embora a oferta individual dos empreendimentos tenha voltado a ocorrer, as ações coletivas exigiram mais tempo para a retomada. Como exemplo, um roteiro suspenso durante a Pandemia ainda não havia sido reativado em 2022, expressando a dificuldade de rearticulação entre atores quando da falta de lideranças para encaminharem as ações. Em paralelo, a mudança em gestões municipais impactou a acolhida de propostas do setor de turismo. Dado o pequeno número de equipamentos de turismo, o apoio governamental ao setor tem pouco resultado eleitoral, registrando-se relatos de preferência a setores mais significativos na região (ex. agropecuária). Logo, as novas atividades iniciam com pouca expressão econômica e eleitoral, tendendo a ser preteridas. Já em relação a possíveis conflitos intersetoriais, raros foram os relatos de empreendimentos turísticos que sofriam com impactos ambientais da agricultura. Essa ocorre principalmente no caso da contaminação de rios, mas a existência de uma legislação ambiental (multas) contribui para evitar tais impactos. Em outro caso observado a campo, uma pequena central hidrelétrica desvia parte do curso do rio, o que reduz o volume de água de um cânion. Contudo, o equipamento turístico que está se estruturando no local para receber turistas já parte desse contexto, o que torna a percepção do problema menos evidente.

De maneira geral, os entrevistados apontam que há muitos recursos a serem ativados na oferta de serviços turísticos. Para além das reflexões individuais, os eventos do setor (ex. seminário regional de turismo, cursos) e organizações coletivas (ex. reuniões) contribuem para que os entrevistados tenham um entendimento similar em relação aos potenciais turísticos regionais: riqueza em paisagens, produtos locais, cultura e pessoas hospitaleiras. Esses entendem que tais recursos podem ser ativados com ajuda de investimentos, conhecimento e apoio do poder público. Em alguns municípios a organização é assumida pelos atores associativos do turismo, enquanto em outros a assistência técnica e extensão rural pública desempenha papel chave (estimulando os atores associativos e assumindo algumas ações). A isso se somam iniciativas de gestões municipais que redirecionam servidores para auxiliar na organização (ex. roteiros, excursões), contratam consultorias (ex. Sebrae), estimulam o acesso do público (ex. pagam para estudantes) etc..

Grande parte dos empreendimentos turísticos são geridos por agricultores familiares, os quais possuíam atividades produtivas ou ocupações externas e o turismo surgiu como



oportunidade. Nesse caso, alguns mantêm em paralelo a dedicação a atividades produtivas, como as lavouras, agroindústrias ou trabalhos externos (pluriatividade). Outros são agricultores que migraram para cidade durante parte de suas vidas, ou são filhos de ex-agricultores que retornam. Em complemento aos que tem alguma ligação familiar ou da trajetória de vida com a agricultura, raros são os neorurais, com um primeiro contato com a vida rural. Nesses casos, a dedicação e o custo de oportunidade da mão de obra não são comparados com a agricultura, mas com outras ocupações paralelas ao turismo.

Nos campings, as vendas ocorrem majoritariamente no próprio local, podendo ou não ser precedida por reserva. Nos demais equipamentos, essa geralmente ocorre previamente, o que pode contar com auxílio de roteiros ou atores externos que realizam as vendas. Nas compras prévias predomina o contato por aplicativos de mensagens instantâneas e redes sociais (*WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*), além do telefone e um site de reservas. Os roteiros atuam exclusivamente com venda de pacotes prévios, podendo ser geridos pelas associações, ator público que os apoia ou diretamente pelo ator individual que o organiza. Alguns roteiros permitem aos demandantes escolher quais e quantos serviços serão contemplados no acesso, com impactos no tempo de visita e nos valores. Em alguns serviços, em que a oferta atual é menor que a demanda, como as cabanas para pernoite, as vendas também ocorrem previamente via contato individual. Isso permite ao usuário garantir o acesso, enquanto os estabelecimentos cobram parte do valor (geralmente 50%) antecipadamente para evitar cancelamentos e subutilização.

Na oferta individual, a maior parte dos empreendimentos cobram uma taxa de visitação (ingresso), o que pode incluir o direito de acesso a alguns serviços. A isso podem se agregar outros como opcionais via pagamento em separado. Outros tem taxas só quando do acesso a produtos, serviços e estruturas disponíveis: churrasqueiras, quiosques, trilhas, alimentos, artesanato, café colonial, rapel, horto, visitação à agroindústria, colhe-e-pague, tirolesa, espaços para festas, cabanas para pernoite, acesso às piscinas e recepção. Em outros não há cobranças, como ocorre nos casos do museu municipal (mantido pela prefeitura), da visita ao santuário (doação voluntária) e das danças étnicas. Já quando esses entram como componentes do roteiro, o turista o entende como parte do custo, mas sua oferta se dá por apoio do poder público e trabalho voluntário.

Para estabelecer os preços praticados, a maioria dos proprietários relataram: realizar pesquisas de mercado regional em empreendimentos que ofertam serviços similares; avaliar os custos da oferta; prospectar uma margem de lucro esperada, para manter um padrão que não se desconecte dos preços aplicados no turismo local; e mobilizar preços simbólicos



durante a fase inicial de estruturação do serviço. Embora no início as entradas possam não cobrir os investimentos (fixos e variáveis), com o tempo os proprietários procuram equilibrar a oferta e demanda por meio de preços que cubram as despesas e gerem sobras, sem tornar inviável aos compradores (turistas). Dessa forma, a oferta de atividades turísticas exige planejamento do mercado turístico, que é o “(...) conjunto de relações de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos” (LEMOS, 2001, p. 128). Observou-se, porém, certa variação quanto às cobranças, com preços diferentes para os mesmos serviços, possivelmente, por conta do tempo de atuação do empreendimento (reputação) e da existência de clientes fidelizados.

Dado os valores praticados, considerados inferiores ao mesmo serviço em outras regiões, os atores se dividem quanto ao que seria melhor para o setor: a) cobranças de maiores valores para viabilizar os investimentos em seus negócios; e b) manutenção dos preços cobrados atualmente para garantir melhor capacidade de expansão. Essa análise dos valores praticados é afetada pela possível queda na procura quando da elevação dos preços. Ou ser elevada pela construção da reputação, em que a ação coletiva e o poder público podem contribuir. Nesse tema, os atores consideram a demanda instável, seja por questões ambientais (ex. chuvas) e socioeconômicas, percepção de incerteza que foi agravada pelo contexto da pandemia. Assim, apesar de alguns empreendedores acessarem políticas de crédito rural ou linhas especiais (especialmente para produção agropecuária), a quase totalidade prefere trabalhar com recursos próprios e não contrair dívidas. Em geral, relatam um redirecionamento total ou parcial das sobras para melhorias na oferta dos serviços na propriedade. Esse gradativo e constante investimento decorre da expectativa que os proprietários têm para com o futuro dos empreendimentos, fazendo projeções de ampliação da demanda para a qual procuram estruturar a oferta. Essa expectativa positiva se expressa no objetivo de ampliar os serviços atuais e estruturar novos, os quais são recorrentes nas respostas e se encontram em diferentes estágios (desde a concepção).

As novas ofertas tendem a tornar os atuais serviços mais atrativos, uma vez que diversificam os acessos do público. Contudo, diante da necessidade de investimentos ou de apoio de atores externos, nem todas as ideias se viabilizam. O desejo e a motivação para agregar valor ao empreendimento é enriquecido por ideias dos próprios turistas, que comentam e destacam as percepções positivas e negativas. Essas dão base ao proprietário que, orientado por atender os clientes, busca viabilizá-las quando possível. Entre as principais fontes de ideias, além dos usuários e ofertantes, estão os atores públicos ligados a Epagri, Sebrae, prefeituras, cooperativas, associações e conselhos de turismo e IGR. Em paralelo, a



maioria dos gestores privados desenvolvem seus estabelecimentos e métodos por meio de conhecimento prático e experiências/visitas e eventos ligados ao setor, com baixa presença de iniciativas de cursos estruturados para atender essa área.

Vários destacam que para ser um bom ofertante é necessário também ser turista. O desenvolvimento de conhecimentos práticos se expande à medida que o empreendedor visita e se articula com outros empreendimentos, compartilhando situações com caráter desafiador, ouvindo os usuários que frequentam com certa assiduidade o empreendimento e vivenciando o dia a dia da oferta. Em geral, os gestores avaliam as possibilidades de viabilizar o que o público requisita, além de perceber o grau de satisfação dos usuários. De maneira mais pontual, cinco entrevistados realizaram cursos de curta duração com vistas a melhor pensar a oferta.

Entre os grandes desafios internos apontados pelos entrevistados está a reduzida disponibilidade de força de trabalho, o que se torna mais grave nos empreendimentos que funcionam com as atividades concentradas em épocas específicas (verão). Muitas vezes, as famílias são pequenas e os membros possuem outras fontes de renda e ocupações concomitantes. A decisão exige deixar um emprego em que já se está estabilizado e com remuneração garantida o ano todo, para entrar em uma atividade incerta e temporária. Nesses casos, o mais comum é a contratação de funcionários temporários com foco, principalmente, na oferta dos serviços. Contudo, como a região apresenta muitas oportunidades de emprego⁴, o trabalho temporário é preterido. Em complemento, quando os filhos saíram do estabelecimento, alguns apontam o desafio para a continuidade do negócio, o que pode desestimular a realização de novos investimentos.

Em termos de infraestrutura turística, os atores apontam como principal gargalo para a oferta dos serviços as condições de tráfego da BR 163, sendo que a obra de recuperação se estende por mais de dez anos. Ao limitar a mobilidade interna e o acesso de turistas externos, o sucateamento das rodovias representa a principal fragilidade de infraestrutura, demandando atenção do poder público para criar alternativas de conservação como base para alavancar o turismo regional (PEREIRA; ZIMMERMANN, 2016). Em que pese alguns municípios pavimentarem algumas estradas rurais, a falta de manutenção das não pavimentadas aparece nas respostas de alguns entrevistados. A baixa qualidade da internet também é relatada pelos atores. Além de limitar a divulgação do empreendimento pelas

⁴ A região tem recebido muitos migrantes com vistas a atender as demandas de trabalhadores, especialmente, da construção civil e criação animal.



postagens dos usuários, essa dificulta inclusive a opção de pagamento com cartão ou PIX, o que exige movimentações em dinheiro, com impactos negativos nas vendas. Para melhorar a conexão, os empreendimentos tentam diversificar o acesso à internet, inclusive adotando duas operadoras. Isso porque avaliam que as redes sociais são fundamentais para a divulgação e o sucesso da atividade, especialmente, quando os usuários veiculam as imagens relacionadas ao uso do serviço.

Ao postar uma imagem acessando os serviços, essa pode despertar uma memória afetiva em quem a vê, recordando experiências ou despertando interesse por conhecer o empreendimento. Ao ativar essas redes de contatos pessoais, há que se considerar que os serviços turísticos mobilizam as relações sociais entre os usuários para o fluxo de informações, o que pode tornar as experiências mais ricas e ampliar a demanda. Buscando ampliar a divulgação, a maior parte dos empreendimentos já participou de roteiros turísticos, que auxiliam muito na vinculação de imagens e na criação de uma marca. Com diferenças entre os municípios, os atores apontam que, no passado, houve períodos em que algumas prefeituras contrataram consultoria do Sebrae e havia maior atuação de órgãos públicos (Epagri) apoiando as ações de divulgação do setor.

Os roteiros entram como um grande mobilizador do turismo nos municípios. Apesar de alguns estarem em processo de reativação pós-pandemia em algumas localidades, nos momentos em que estavam em funcionamento observou-se uma grande sinergia entre os empreendimentos, que se beneficiaram principalmente por meio da divulgação e venda conjunta. Essa oferta diversificada amplia o conhecimento pelos turistas que, muitas vezes, teriam acesso/conhecimento de somente parte deles. Além disso, a articulação torna possível desenvolver uma marca/imagem conjunta, que relaciona os empreendimentos entre si, interligando produtos e serviços, como propõe o referencial da CBST. Ao perceber novas ofertas, o turista desperta a vontade de conhecer mais equipamentos do município ou da região. Como exemplo, a oferta de espaços para lazer abre possibilidades para agregar, durante o período que os turistas estão no local, lanches/cafés coloniais com produtos de outros empreendimentos que contam com a agroindústria familiar. A partir da degustação de algum produto que agrada ao turista, este último passa a buscar mais informações sobre a marca, se recebem visita e procuram saber onde o produto está à venda.

Alguns empreendimentos contam com a agroindústria como equipamento turístico, tendo a visita ao local de produção como um serviço, enquanto outros revendem produtos de agroindústrias parceiras ou de outros agricultores. Esses alimentos são responsáveis por constituir uma oferta de serviços mais consistente e agregar valor ao serviço, visto que



possuem diferenciais de sabor, modo de fabricação, orgânicos e naturais, além de terem o aspecto cultural relacionado. Na direção do efeito cesta, essa articulação traz benefícios tanto ao empreendimento turístico, que passa a dispor de uma oferta mais diversificada, quanto para as agroindústrias, que tem seus produtos reconhecidos. Ao associar esses sabores, a experiência turística se torna mais marcante, bem como ativa a procura pelos produtos que mantém viva a memória.

O artesanato, os produtos, as paisagens, o contato com a natureza, as experiências culturais e culinárias são alguns dos atrativos que despertam o interesse dos turistas. A maioria das pessoas que acessam os locais são dos próprios municípios da região, o que é complementado com oriundos do restante de Santa Catarina, outros estados e alguns estrangeiros. Assim como aponta o referencial da CBST, a possibilidade de valorização dos recursos e ativos tende a começar no próprio mercado local, por usuários que compartilham elementos socioculturais com os ofertantes, sendo que essa reputação interna abre possibilidades o reconhecimento externo (COLLETIS; PECQUEUR, 2005). Os turistas que visitam os empreendimentos apresentam grande tendência de retorno, sendo relatado que mais de 50% dos visitantes costumam regressar à propriedade ao menos uma vez ou mais. Essa recorrência significa muito para os proprietários, pois acabam desenvolvendo uma relação de proximidade para com os clientes (reciprocidade e confiança).

Os repetidos acessos dos clientes aos empreendimentos estão relacionados com as diversas experiências que o serviço pode oferecer. Na primeira visita, os turistas nem sempre conseguem conhecer todo o local, despertando uma curiosidade em vivenciar tudo que o empreendimento oferece. Além disso, os empreendedores buscam inovar para desencadear outros motivos para retorno. A isso se soma vontade partilhar essa experiência com outras pessoas, geralmente incluindo familiares, amigos e grupos de convivência, o que alimenta uma rede social de informações. O ato compartilhar as experiências nas redes de contato, digitais ou pessoais, a divulgação dos empreendimentos chega a pessoas vindas de outros municípios, estados e países, mesmo que os de fora da região representam uma porcentagem ainda pequena.

Entre os três municípios estudados, Guaraciaba apresenta um tempo de desenvolvimento do turismo maior, o que se expressa na ativação de mais recursos e maior organização. Além dos campings, que já estão estruturados há anos nesse e nos outros municípios, a associação e os roteiros contribuíram para diversificar a oferta e ampliar o número de equipamentos que têm como importante ou principal fonte de renda a atividade turística. Já em São José do Cedro, a maioria dos empreendimentos é recente, tendo os



campings como exceção pela antiguidade e maior importância relativa da oferta de serviços como fonte de renda da família. Em São Miguel do Oeste, mesmo sendo um município com maior população entre os três, existem poucos serviços mais antigos, mas a criação de uma organização associativa começou somente no ano de 2022, o que vem contribuindo para surgirem novos ofertantes. Assim, a construção de empreendimentos e de roteiros está em processo de efetivação, havendo grande potencial de expansão.

5. Considerações finais

O projeto objetivou mapear os empreendimentos turísticos rurais de três municípios da região da Ameosc e identificar os atributos mobilizados para oferta dos serviços. As entrevistas realizadas permitem apontar que o setor vem se transformando e diversificando. Os primeiros equipamentos surgiram a mais de duas décadas, principalmente, na oferta de serviços como camping, as quais se agregam algumas ações isoladas em turismo de aventura e contato com a natureza. Na última década, a criação dos roteiros turísticos tem contribuído para a inserção de novos tipos de serviços na oferta. Tal condição permite que o turista acesse um pacote de experiências, de forma mais diversa e atrativa.

A ação coletiva propiciada pelos roteiros está intimamente articulada ao surgimento de associações, o que contribui em termos organizativos e constitui importante mecanismo de divulgação e comercialização conjunta, tornando os serviços mais conhecidos. Nessa direção, os novos serviços passam a incluir trilhas, acesso a cachoeiras, visitas a agroindústrias, degustação, oferta de alimentos típicos, café colonial, visitas a museus, grupos de dança com apelos étnico-culturais, bioconstrução, cursos, observação dos astros, artesanato em madeira, pernoites em cabanas, colhe-pague, esportes de aventura etc. Nesse mesmo período, os campings foram transformando sua oferta, incluindo novas atividades demandadas pelos usuários, reduzindo-se o contato com os elementos originais que embasaram a oferta inicial (acesso a rios e lagos).

Ao mobilizar os conceitos de cesta de bens e serviços territoriais, procurou-se analisar as possíveis conexões do setor de serviços turísticos com os produtos agropecuários, artesanato e com os serviços ambientais. Os dados evidenciam a existência de uma relação com artesões e agroindústrias familiares de produtos típicos e diferenciados, que fazem parte dos roteiros e contribuem para fortalecer a oferta e dar identidade ao serviço turístico, constituindo outro importante recurso em ativação. Contudo, especialmente no caso dos campings e nos municípios em que as associações não estão bem estruturadas, os



empreendimentos mantêm sua atuação isolada, tanto dos demais serviços, quanto dos produtos das agroindústrias.

Em paralelo, o estudo identificou diversos recursos naturais e culturais com potencial de ativação, os quais estão em fase inicial de transformação em serviços ou ainda não foram mobilizados para criar equipamentos privados. Em termos de recursos naturais destacam-se cachoeiras, rios, matas e a paisagem dos vales, os quais não estão abertos a visitação ou contam com pouca divulgação e estrutura de apoio. Em termos socioculturais, destacam-se festas comunitárias e alguns eventos que estão desarticuladas de roteiros, a possibilidade de melhor ativar a gastronomia típica e os alimentos oriundos da agricultura familiar junto à oferta de serviços, o saber fazer da agricultura que pouco aparece como agroturismo e a baixa valorização da história associada a construções antigas.

Quanto ao futuro da atividade na região Extremo Oeste Catarinense, os atores entrevistados vislumbram potencial de expansão na oferta de serviços, o que pode incluir novos agricultores tanto no turismo como em outras atividades que passem a compor a CBST. Para que isso se concretize, a comparação entre as trajetórias municipais sugere haver necessidade de articulação entre os atores, passando a construir um sistema de governança territorial entre municípios. Em complemento, destaca-se a necessidade de servidores e gestores públicos que encampem demandas do setor e os potencializem, indo para além dos atores privados. Isso porque, segundo os entrevistados, os gestores dos empreendimentos dedicam suas energias para estruturar a oferta do serviço e atender o público, o que limita o tempo extra requerido para a ação coletiva de construção do setor. Nesse sentido, entende-se que a apropriação do referencial da CBST pelos atores pode trazer importantes benefícios para pensar o turismo e otimizar as oportunidades regionais.

6. Referências bibliográficas

SEN, Amartya, O desenvolvimento como expansão de capacidades. **Lua Nova: revista de cultura e política**, v. 28-29, p. 313-334, 1993. Doi: 10.1590/S0102-

64451993000100016

CAMPAGNE, Pierre; PECQUEUR, Bernard. **Le développement territorial**: une réponse émergente à la mondialisation. Paris, Ed. Charles Léopold Mayer, 2014.

CAPELLESSO, Adinor José; CAZELLA, Ademir Antonio. Entre a especialização produtiva e a agroecologia: estratégias de reprodução social de agricultores familiares da Região Extremo Oeste Catarinense. **Sustentabilidade em Debate**, v. 6, n. 2, p. 33–50, 2015. DOI: 10.18472/SustDeb.v6n2.2015.15492.



CAPELLESSO, Adinor; HEINECK, Ana Caroline Dal Ri; SLAVIERO Andressa; PERIN Giliane; PAGLIOZA, Luísa Garlet. A identificação e ativação de recursos pelos atores: as sementes de uma cesta de bens e serviços territoriais em Anchieta (SC). **Revista Raízes**, v. 42, n. 1, 2022. DOI: 10.37370/raizes.2022.v42.774.

CAZELLA, Ademir Antonio et al. O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 3, 2020. Doi: 10.54399/rbgdr.v16i3.5881

COLLETIS, Gabriel.; PECQUEUR, Bernard. Révélation de ressources spécifiques et coordi nation située. **Economie & Institutions**, n° 6-7, p. 51-74, 2005. Doi: 10.4000/ei.900

GUZZATTI, Thaise Costa; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; TURNES, Valério Alecio. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16, n. 3, 2014. Disponível em: <http://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/852>. Acesso em: 22 maio. 2023.

HIRCZAK, Maud *et al.*. Le modèle du panier de biens: grille d'analyse et observations de terrain. **Économie Rurale**, n° 308, p. 55-70, 2008a. Doi: 10.4000/economierurale.366

HIRCZAK Maud *et al.*. From the basket of goods to a more general model of territorialized complex goods: concepts, analysis grid and questions. **Canadian Journal of Regional Science**, v. 31, n. 2, p. 241-260, 2008b. Disponível em: <https://idjs.ca/images/rcsr/archives/V31N2-HIRCZAK-MOALLA.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2022.

IGNARRA, Luiz Renato. **O turismo de segunda residência no município de São Sebastião e seus impactos econômicos**. 1999. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999. Acesso em: 06 dez. 2022.

LAUERMANN, Daniela; CAPELLESSO, Adinor José; GAZOLLA, Márcio. O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais aplicado à análise das agroindústrias familiares e suas especificidades alimentares no extremo oeste catarinense. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n.1, 2022. DOI: [10.37370/raizes.2022.v42.786](https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.786)

LEMONS, Leandro Antônio de. **O valor turístico: busca do desenvolvimento teórico no escopo da economia do turismo**. 2001. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Acesso em: 06 dez. 2022.

MARTINS, Thalyta Cassia de Freitas; GUIMARÃES, Raphael Mendonça. Distanciamento social durante a pandemia da Covid-19 e a crise do Estado federativo: um ensaio do contexto brasileiro. **Saúde Debate**, v. 46, n. Especial, p. 265, 280, 2022. DOI: 10.1590/0103-11042022E118



MOLLARD, Amédée. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente. **Economie rurale**, v. 263, n. 1, p. 16-34, 2001. DOI:

10.3406/ecoru.2001.5240

AMEOSC. **AMEOSC**. Disponível em: <<https://www.ameosc.org.br/index/municipios-regiao/codMapaltem/140196>>. Acesso em: 25 de mai. 2022.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 3. ed. ver. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

PECQUEUR, Bernard. Qualité e développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Économie Rurale**, n° 261, p. 37-49, 2001. DOI:

10.3406/ecoru.2001.5217

PEREIRA, Emerson Luiz; ZIMMERMANN, Ademir José. As potencialidades turísticas do roteiro caminhos da fronteira. **NAVUS**, v. 6, n. 5, p. 141-150, 2016. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350454049011>. Acesso em: 25 de mai. 2022.

PERRON, Loïc; JANIN, Claude. **Valoriser les ressources territoriales: les clés pour l'action – guide méthodologique**. Grenoble, Suaci Alpes du Nord – Gis Alpes Jura/Université du Grenoble, p.101, 2014.

REIS, José. Diferenciação e mudança: do rural ao território. IN: _____. **Ensaio de economia impura**. COIMBRA: ED. ALMEDINA, 2007, pp. 193-209.

TECHIO, Andreia *et al.*. Desenvolvimento Territorial no Extremo Oeste de Santa Catarina: a Abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. **Revista Política e Planejamento Regional**, v. 8, n. 1, 2021, p. 1-20. Disponível em: <https://www.revistappr.com.br/artigos/publicados/artigo-desenvolvimento-territorial-no-extremo-oeste-de-santa-catarina-a-abordagem-da-cesta-de-bens-e-servicos-territoriais.pdf>. Acesso em: 13 de mai. 2022.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução a administração do turismo**: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1991.